

## РЕАЛІЇ СУЧАСНОГО СЕНТИМЕНТАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Віталій КОЗОВИЙ

*Львівський державний університет фізичної культури,  
м. Львів, Україна, e-mail: Live-Love@ukr.net.*

**Вступ.** Умови, за яких сьогодні живе Україна, далекі від ідеальних, і у цій роботі ми спробуємо проаналізувати явища і прогнозувати моменти, які здатні вплинути на розвиток сентиментального туризму в нашій державі. В Україні є чинники, які не сприяють розвиткові туризму (політика, економіка, рівень культури), але ключовий з них – це відсутність чітких правил регулювання всіх галузей туризму, що впливає на розвиток туристичної сфери також.

**Ключові слова:** сентиментальний туризм, міграції, Україна, спадщина.

**Мета** – виокремити головні особливості сентиментального туризму в Україні, обґрунтувати мету таких подорожей та подальший його розвиток.

**Методи:** аналіз, синтез.

**Результати.** Г. В. Копачинська, Н. Н. Коцан у статті «Сентиментальний туризм як один із найновіших способів розвитку українсько-польських відносин» (2017). Н. І. Томчевська-Попович у статті «Tourist information system organization for sentimental tourism» (2016) розкрила поняття сентиментального туризму та його зв'язок з інформаційними технологіями, наголошуючи на його визначенні як «сентиментально-культурний туризм».

Сентиментальний туризм – це вид туризму, головним мотивом якого є специфічні емоції туристів та відчуття ностальгії. У ньому закладено бажання відвідати місця, з якими пов'язана історія рідного народу, життя предків та особливих подій минулого [1]. Це один із видів туризму, розвиток якого залежить від доступності належної інформативної бази. Цей вид туризму особливо важливий для емігрантів та їх нащадків. Він стає дедалі популярнішим у зв'язку з глобалізаційними процесами. Люди емігрують у пошуках кращих умов праці, життя, навчання та у такий спосіб підтримують зв'язок з рідними [3]. Сентиментальний туризм, як і туризм загалом – це надбання усієї держави, чому сприяє реклама туристичних пам'яток. Такий туризм стимулює дружбу між народами Європи та Америки.

Україна лідирує за рівнем трудової міграції і це можна пояснити напруженою ситуацією всередині держави, низьким рівнем життям, однак високим культурним рівнем. Українці працюють на іноземних роботодавців за кошти, від яких відмовляються громадяни тих країн. Для українців такі зарплати є високими, а для іноземців – ні. Технологічний прогрес стимулює розвиток нових галузей. Інші держави розвиваються за новими технологіями, українці працюють за кордоном переважно як робоча сила.

Поняття еміграція (з лат. *immigro* – в'їжджати) вказує на виїзд на короткочасне перебування особи за межами рідної землі. Сучасні кордони України є етноісторичними, а українська діаспора існує у вигляді різних етноареальних громад в іншому середовищі. Доцільно буде вжити у такому значенні термін «етнічна меншина», його використовують для осіб українського походження, що проживають на теренах суміжних з Україною держав (Польщі, Румунії). До діаспори належать емігранти та їхні нащадки, що переселялись і живуть за кордоном [2].

Поляки приїжджають, щоб побачити українську сучасну культуру і давню спадщину. Інші туристи шукають місця, пов'язані з давнім життям родичів. Багато поляків відвідує Західну Україну, адже відчують спорідненість з цими місцями, що впливає на збереження культурної спадщини: замків, церков, пам'ятників [3].

**Висновки.** Сьогодні українська влада робить усе можливе, щоб українці не виїжджали за кордон і не відчували сумнівів стосовно своєї ролі для розвитку держави. Україна надзвичайно багата країна з унікальною історією. Туристи подорожують, знайомляться з унікальними пам'ятками Києва, Кам'янець-Подільського, Львова, відвідують місця поховання родичів, історичних подій, сприяють розвитку туризму в Україні, в тому числі сентиментального туризму.

#### **Список використаних джерел**

1. Кузик С. Теоретичні проблеми туризму: суспільно-географічний підхід : монографія / Степан Кузик. – Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2010. – 254 с.
2. Савчук Б. Українська етнологія / Борис Савчук. – Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 2004. – 559 с.
3. Tomczewska-Popowycz N. I. Tourist information system organization for sentimental tourism / N. I. Tomczewska-Popowycz // Managing economic growth: marketing, management and innovations. – Prague, 2016. – P. 583–591.